

# PRESSEMITTEILUNG

Nachhaltigkeit

## Allianz Umfrage: Österreicherinnen und Österreicher ist nicht bewusst, dass ihr Geld Einfluss auf Klima hat

- **Plastiksparen wird als wirkungsvollste Maßnahme für Klimaschutz gesehen**
- **Studie zeigt: Wenig Bewusstsein in der Öffentlichkeit zum Einfluss der Finanzbranche auf den Klimawandel, Versicherungen wird kaum Wirkung zugeschrieben**
- **Finanzbranche der wichtigste Hebel, um Geldströme Richtung Klimaschutz und Energiewende zu lenken**

80 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher geben an, dass ihnen ein aktiver Klima- und Umweltschutz wichtig ist. Welche Maßnahmen in dieser Hinsicht allerdings wirklich wirksam sind, da herrscht noch großes Unwissen. Das ergab eine repräsentative Umfrage der Allianz Gruppe in Österreich mit 1.500 Befragten zum Einfluss von Geld- und Finanzströmen auf den Klimawandel.

### Unterschätzter Hebel: Wohin fließt das Geld?

Für den Schutz des Klimas werden Maßnahmen wie das Vermeiden von Plastik von rund 83 Prozent der Befragten als besonders wirkungsvoll eingeschätzt. Das Vermeiden von Flugreisen erachtet mehr als die Hälfte und den Verzicht auf Fleisch ein Viertel der Befragten als einflussreich. Im Vergleich mit den tatsächlichen CO<sub>2</sub> Einsparungen, zeigt sich aber eine deutliche Diskrepanz zwischen den Annahmen in der Bevölkerung und der Realität. So reduziert man seinen CO<sub>2</sub> Ausstoß durch den Verzicht auf Plastiksackerl pro Jahr um nur 2 Kilo<sup>1</sup>. Im Vergleich dazu verursacht ein Kilo heimisches Rindfleisch durchschnittlich 19 Kilo CO<sub>2</sub><sup>2</sup> und ein Flug von Wien nach Barcelona 267 Kilo<sup>3</sup> pro Fluggast.

An letzter Stelle im Ranking steht klima- und umweltfreundlich angelegtes Geld durch Banken oder Versicherungen: Nur 6 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher erachten diese Maßnahme als wirkungsvoll. Dass aber gerade die Finanzbranche starke Möglichkeiten hat, viel zu bewegen, wird unterschätzt. Jeder Euro, den Österreicherinnen und Österreicher auf ein Bankkonto legen oder als Prämie an eine Versicherung zahlen, wird am Finanzmarkt weiter veranlagt. Alleine in Österreich beträgt das Finanzvermögen in Summe 715 Milliarden Euro – fast doppelt so viel wie das österreichische Bruttoinlandsprodukt. Aber nur knapp 13 Prozent der Investments sind aktuell nach nachhaltigen Kriterien angelegt.

Rémi Vrignaud, CEO der Allianz Gruppe in Österreich, hält in dem Zusammenhang fest: „Bei der Allianz Österreich veranlagen wir jährlich knapp 6 Milliarden Euro an Kundengeldern. Wir haben daher unsere Investmentstrategie bereits 2014 gemeinsam mit dem WWF auf Nachhaltigkeit ausgerichtet.“

<sup>1</sup> [https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20110224\\_OTS0213/denkstatt-studie-klimawirkung-von-plastiksackerln-vergleichbar-mit-13-pkw-kilometern](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20110224_OTS0213/denkstatt-studie-klimawirkung-von-plastiksackerln-vergleichbar-mit-13-pkw-kilometern)

<sup>2</sup> [https://www.wwf.at/de/view/files/download/showDownload/?tool=12&feld=download&sprach\\_connect=3023](https://www.wwf.at/de/view/files/download/showDownload/?tool=12&feld=download&sprach_connect=3023)

<sup>3</sup> <https://www.atmosfair.de/de/kompensieren/flug>

## **Menschen verbinden ihre persönliche Versicherung nicht mit Investments**

Bei der Frage, welche Branchen am wirkungsvollsten zum Klima- und Umweltschutz beitragen können, stehen laut Einschätzung der Befragten die Strom- und Energieversorgung mit 75 Prozent an erster Stelle. Fast gleichauf sind Gütertransport und Logistik mit 74 Prozent, während öffentlichen Verkehrssystemen von 69 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher eine große Wirkung am Klimaschutz zugeschrieben wird. An letzter Stelle stehen die Versicherungen – nur 6 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher vermuten in dieser Branche eine große Wirkung.

Auch in der Frage, was Versicherungen konkret in Sachen Klimaschutz beitragen können, sehen die meisten Befragten den größten Hebel in betriebsökologischen Maßnahmen, wie ein ressourcenschonender Umgang mit Papier, Energiesparmaßnahmen oder Dienstreisen mit dem Zug zu absolvieren. Dass Versicherungen die Prämiegelder ihrer Kundinnen und Kunden am Finanzmarkt investieren und damit Milliardenbeträge in unterschiedliche Bereiche bewegen, ist 38 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher gar nicht bewusst.

„Jeder Prämieeuro einer Kfz-, Haushalts- oder Lebensversicherung wird angelegt. Würden alle Versicherungen und Banken ihre Kundengelder in grüne Sektoren wie erneuerbare statt in fossile Energien anlegen, könnten wir gemeinsam unglaublich viel bewegen. Denn zur Erreichung der Klimaziele und der Energiewende braucht es Milliardeninvestitionen von öffentlicher, institutioneller und privater Seite. Hinter jedem Windpark und jeder Bahnverbindung müssen Investoren stehen, die an die Zukunft dieser Branchen glauben“, appelliert Vrignaud an die gesamte Branche.

## **Nachhaltigkeit und Klimaschutz für Ältere und Frauen am wichtigsten**

Vor allem im persönlichen Alltag sind Herr und Frau Österreicher bereits aktiv tätig, wenn es um Mülltrennung, nachhaltige Ernährung, Vermeidung von Plastik oder Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel geht. Frauen ist der Klimaschutz im Durchschnitt wichtiger als Männern. Besonders die ältere Generation ab 50 gibt an, im Alltag bereits nachhaltig zu leben und selbst aktiv Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz umzusetzen. „Ältere Personen sind tendenziell skeptischer, was die Wirkung der Versicherungsbranche auf den Klimaschutz betrifft. Generell steigt das Umweltbewusstsein mit höherer Bildung an“, erklärt Petra Kacnik-Süß, CEO des durchführenden Marktforschungsinstituts MindTake, die demographischen Ergebnisse der Befragung.

Wien, am 10.03.2020

### **Downloads im [Allianz Media Newsroom](#)**

- Foto: Mag. Rémi Vrignaud (© Allianz – Abdruck honorarfrei)
- Pressemitteilung als PDF
- Infografik als PDF
- Marktforschungsergebnisse im Detail als PDF

## Pressekontakte

### **Patricia Strampfer**

Head of Corporate Communications  
Allianz Gruppe in Österreich  
Tel: +43 5 9009 80690  
E-Mail: [patricia.strampfer@allianz.at](mailto:patricia.strampfer@allianz.at)

### **Kerstin Klement**

Corporate Communications  
Allianz Gruppe in Österreich  
Tel: +43 5 9009 80690  
E-Mail: [kerstin.klement@allianz.at](mailto:kerstin.klement@allianz.at)

## Social media



Follow us on LinkedIn [@Allianz Österreich](#)



Follow us on Facebook [@allianzoesterreich](#)



Follow us on Facebook [@allianzkarriereinoesterreich](#)



Follow us on Twitter [@AllianzAustria](#)



Follow us on Instagram [@allianz\\_oesterreich](#)

### **Disclaimer**

Die Allianz Gruppe Österreich übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der enthaltenen Aussagen und Informationen. Aus dieser Pressemitteilung erwachsen keine Rechtsansprüche - gleichgültig welcher Art. Irrtümer und Tippfehler sind vorbehalten.

Die Allianz Gruppe Österreich übernimmt keine Verpflichtung, die in dieser Meldung enthaltenen Aussagen und Informationen zu aktualisieren, soweit keine gesetzliche Veröffentlichungspflicht besteht.